

Redes Sociales: ¿debo figurar? ¿Qué utilidad puedo darles?

Por Lic. Mariana Brizi

Tener un blog, abrir un *Fan Page* en facebook, estar twitter, linkedIn y cuanta red social aparezca en la faz de la tierra, esa parece ser la consigna de nuestros días si queremos darnos a conocer. Por eso en este espacio los invito a detenernos unos minutos, para abordar este tipo de tendencias pensando en sus pro y sus contra, los por qué y los para qué del asunto.

Si bien todos sabemos a esta altura en qué consisten las redes sociales, no está de más puntar algunos de sus rasgos principales. Hoy en día existen muchas redes con pequeñas diferencias, pero que comparten un común denominador que es el ser plataformas en Internet, sencillas de operar, “vacías” de contenido en sus inicios y abiertas a la comunidad en forma gratuita. Digo vacías de contenido porque estos espacios funcionan como medio para que todos y cada uno de los participantes “llenen” esas páginas y hasta las gestionen, con su propio contenido (texto, foto, videos y demás). De eso se trata, ni más ni menos, de espacios en blanco que se van construyendo gracias a la participación de la gente minuto a minuto.

¿Por qué las empresas eligen estar en las redes?

Uno de los diferenciales que las redes sociales ofrecen es la posibilidad del diálogo, los usuarios opinan y debaten cada vez más, con lo cual, a la tradicional forma de publicidad unidireccional que conocemos, resulta interesante sumar como modalidad complementaria (y no necesariamente excluyente) algún tipo de acción en las redes. Porque estando presentes en las redes accedemos a un mundo nuevo en el que el feedback con los potenciales clientes e interesados y hasta con los que rechazan nuestra marca es casi inmediato, en tiempo real. Si queremos saber que piensan nuestros consumidores, nada mejor que acceder a un espacio en donde ellos se sienten cómodos y libres para opinar, para consultar y para acceder a información.

Es interesante destacar que en la web en general, y no sólo en las redes sociales, la publicidad ya no es algo que “interrumpe”, como en la televisión, que se mete en medio de la programación de mi interés. Por el contrario, en Internet la publicidad es algo que el usuario **decide ver, un mensaje al cual decide exponerse** y elige también cuando hacerlo y cuando no. Y si uno elige exponerse a un mensaje, éste se percibe con una fuerza aún mayor. Es así que desde mi experiencia en el trabajo de cerca con pequeñas y medianas empresas de diferentes rubros me animo a decir que la presencia en la web nos permite ver resultados rápidamente porque nos da la posibilidad de crear nuevos vínculos, de implementar una suerte de “termómetro” que nos permite medir “qué está pasando allí”, entre mis consumidores, que les interesa saber, qué problemas tienen, de qué se están quejando, qué más puedo brindarles. Puede que no seamos grandes expertos en materia de redes sociales, puede ocurrir que al principio no obtengamos grandes resultados, pero creo que de cualquier manera es sumamente interesante estar allí, sumar estas nuevas vías a las tradicionales comunicaciones de la empresa, ser parte de una tendencia atractiva que nos acerca a nuestro público de interés desde otro lugar, para escuchar lo que ellos tienen para decir, para dar respuestas y volcar contenido que en otros espacios no estábamos ofreciendo. Figurar es el primer paso para luego seguir aprendiendo, como todos nosotros que día a día aprendemos algo nuevo en torno a la red. Así lograremos construir nuevos espacios para el intercambio. Es un camino de aprendizaje, durante el cual creamos y consolidamos nuestra presencia en un nuevo e interesante entorno.

Consejos para empezar:

- Utilizar en principio las redes de contactos que ya se tiene: la red de amigos, familiares, compañeros y conocidos. Esto es clave para comenzar a difundir un tema, una empresa o nuevo producto.
- Invitar a reenviar la información. Este es el comienzo de una acción viral.
- Genere información periódicamente. En las redes sociales se valora por sobre todo el dinamismo, la información fresca y la presencia actualizada.
- Utilice las comunidades. De esta manera cotará mucho más a su público de interés y despertará la atención de grupos de personas alineadas a su empresa, potenciando el efecto viral.
- Medir las respuestas. Evaluar el crecimiento. Sólo así sabrá si va en buen camino necesita dar un giro a la iniciativa

Lic. Mariana Brizi

www.decontenido.com.ar

De Contenido 
No te quedes sin palabras